

Винокуров Александр Иванович

канд. психол. наук, доцент

Винокуров Алексей Александрович

соискатель, старший преподаватель

ОГБОУ ВО «Смоленский государственный институт искусств»

г. Смоленск, Смоленская область

СОЦИАЛЬНЫЕ ИНТЕРЕСЫ И ЦЕННОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ГЛОБАЛЬНОЙ КОМПЬЮТЕРНОЙ СЕТИ: МЕТОДИКА ОЦЕНКИ СОДЕРЖАНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ СМЫСЛОВ

Аннотация: глобальная компьютерная сеть качественно изменила характер и содержание отношений между людьми. Информационно-сетевыми эффектами коммуникации стали новые социальные интересы и ценности. Создание инструментов оценки содержания которых является одним из актуальных направлений современной социологии и психолого-педагогической науки. Цель исследования – разработать вопросы и план формализованного интервью (непосредственной беседы) с пользователем смартфона. Результаты интервью раскрывают содержание интересов и ценностей пользователей смартфонов как социальных эффектов сетевого взаимодействия людей в современном информационно-сетевом обществе.

Статья будет полезна педагогам, психологам, социологам, учёным-исследователям маркетинга и рекламы, разрабатывающим методы оценки социальных эффектов сетевого взаимодействия молодёжи, приёмы передачи новостей о событиях в современном информационно-сетевом обществе.

Ключевые слова: глобальная компьютерная сеть, сетевое взаимодействие молодёжи, новости, истории в сети, коммуникативные смыслы, ценности, формализованное интервью, социальные эффекты от инноваций.

Введение

В мире происходит тотальная информатизация, цифровизация и сетизация социума. Разворачивается глобальная компьютерная сеть нового поколения

«Нейронет», меняются организация глобальной экономической системы, управление национальными хозяйственными системами, социальные интересы и ценности, содержание отношений между людьми; трансформируются традиционная концепция практик чтения, передачи новостей [1].

Человечество переходит от чтения текстов на бумажных носителях к чтению экранному и мобильному с помощью технических устройств. Визуализация становится универсальным способом существования книжной культуры [2; 3].

Важным становится исследование сетевых эффектов коммуникации, *изучения интересов и ценностей взаимодействия людей в сети*. Мы предлагаем авторский метод изучения содержания интересов и ценностей как сетевых эффектов коммуникации. Методом исследования в нашем подходе является формализованное (стандартизованное) интервью.

Понятие сетевые эффекты ввёл в научный оборот в 1908 году Теодор Вейл (Teodore Vail), который изучал распространение и оптимизацию телефонных услуг. Считается, что спецификой современных нейро-сетевых услуг является то, что они полифункциональны, неотделимы от интересов, ценностных ориентаций и поведения людей в реальном и виртуально-сетевом пространстве, имеют личностные смыслы. Интересы – эмоциональные проявления познавательных потребностей человека; характеризуются определённой направленностью, выражают побудительную силу значимых объектов деятельности личности. Ценностные ориентации – система отношений личности к нравственным нормам общества; совокупность убеждений и принципов, которые определяют, что человек считает важным и значимым в жизни. Интересы и ценностные ориентации формируют основу для принятия решений, влияют на поведение, мотивацию и жизненные цели личности.

Анализ природы новостей и того, что с ними происходит в условиях современных изменений в обществе был инициирован работами Р.Э. Парка по изучению газеты и новостей в 1930 году. Ученица Парка Хелен Макгилл Хьюз в 1940 году опубликовала книгу «Новость и интересная история», в которой со-

держатся идеи и способы анализа газетных новостей, многие из которых актуальны и сегодня [4].

В первой четверти XX века в социологии появился ряд учений о социальной коммуникации. В одном из них, постструктуральной модели коммуникаций, Ж. Делез называл коммуникацию системой «смыслов-событий». Коммуникация по Делезу – это «Логика смыслов»; смыслы порождены Событиями и входят в Вещи [5].

В 2010 году П. Штомка опубликовал свой труд по использованию фотографии как средства регистрации социальных фактов и явлений коммуникации; так возникла визуальная социология [6].

Автор заметил, что фотографии, выполненные любителями, расширили спектр личных документов, создали семейную портретную хронику. Темой семейных фотографий стали дети, домашние животные, семейные праздники, встречи с родственниками, путешествия и др. Особенно выделилась презентация самого себя (presentation self).

Разработка методов оценки содержания сетевых эффектов коммуникации, выявления интересов и ценностей взаимодействия молодёжи в сети является новым направлением современной педагогической науки, социального познания смыслов виртуальных образов личной и общественной жизни.

Материалы и методы

Для целей данного исследования были проанализированы российские и зарубежные источники, раскрывающие сущность трансформации коммуникаций людей, практик чтения, передачи новостей, интересов и ценностей взаимодействия людей в сети. Определена потребность в разработке инструментария оценки сетевых эффектов коммуникации, изучения интересов и ценностей пользователей глобальной компьютерной сети. Проанализированные факты, теории и идеи стали методологической основой разработки методики проведения формализованного (стандартизированного) интервью с пользователями смартфонов.

Цель данного исследования – разработать план формализованного интервью, вопросов непосредственной беседы с пользователем смартфона.

Результаты и обсуждение

План формализованного интервью представляет собой сценарий беседы с респондентом. Для «заязки» беседы излагаются тема, цели, задачи опроса; называется организация его проводящая. Цели такой «заязки» – заинтересовать собеседника, ввести в курс обсуждаемой проблемы. Участие интервьюера позволяет максимально приспособить вопросы интервью к возможностям отвечающего. Независимо от места проведения интервью следует позаботиться об устранении влияния посторонних на содержание ответов интервьюера. Формализованное (стандартизованное) интервью регламентировано вопросником и инструкцией для интервьюера. Важно придерживаться формулировок вопросов и их последовательности, весь план интервью реализуется в разговорном, устном стиле. Задача интервьюера заключается в полной регистрации ответов респондента. Ответы респондентов могут существенно различаться по объёму, композиции, полноте, уровню информированности; все они становятся *предметом анализа*. Ответы отражают в сознании респондентов социальные эффекты сетевого взаимодействия в информационно-сетевом обществе, личностные смыслы содержания интересов и ценностей пользователей смартфонов.

Нами отобраны следующие вопросы интервью и их последовательность.

1. *Используете ли Вы свой смартфон для доступа к национальному многофункциональному цифровому сервису (приложение для обмена текстовыми, голосовыми и видеосообщениями между пользователями через интернет)? Если «да», то какую информацию запрашиваете»?*

2. *Что Вы просматриваете в сети?*

3. *Что Вы читаете в сети?*

4. *Что Вы пишите в сети?*

5. *Что Вы фотографируете с использованием смартфона?*

В апробации процедуры интервью принимали участие 37 обучающихся в возрасте от 17 до 46 лет Областного государственного бюджетного образова-

тельного учреждения «Смоленский государственный институт искусств»; выборка квотная (не случайная). Опрос показал следующее:

смартфон используется студентами для общения, коммуникации с представителями государственных и муниципальных органов власти, вызовов и получения государственных и коммерческих услуг; записи на приём к врачу, переговоров о закупке услуг, товаров, доставки продуктов, покупки билетов на поезда/автобусы; оплаты штрафов и налогов, счетов ЖКХ, вызова курьера, такси;

с использованием смартфона студенты *просматривают в сети*: почту, новости и погоду; ленту в соц. сетях (*скроллинг ленты – нескончаемая прокрутка ленты социальных сетей, сайтов часто без определённой цели*), видео-контент, учебные материалы, материалы по работе, контент по своим интересам, хобби; электронные книги, сообщения от друзей, интересные статьи и сайты, сморю фильмы, ТВ шоу, видео блогеров, сообщения, новости, видео сообщения, фильмы; посты своих друзей и знакомых, публикации любимых художников, мемы (*идея, символ, манера, ситуация или образ действия, осознанно или неосознанно передаваемые от человека к человеку посредством речи, письма, видео, ритуалов, жестов*); заметки (дела на день); развлекательные видео, фильмы и сериалы, обучающие видео, иногда исторические материалы, детективный контент (содержащий раскрытие загадочного преступления, изображающий похождения сыщиков), конспирологические теории, расследования; развлекательные видео, видео с новостной информацией; видео о жизни людей, исторические видеоролики, видеоролики по психологии, фильмы, сериалы, идеи; статьи; видео, фото, фильмы / сериалы, балет, народные ансамбли; развлекательные короткие видео, разного вида картинки, обзорные видео, статьи, новости города, страны, рецензии фильмов и книг, видео блогеров, сериалы; подкасты (*трён на разные темы*), в которых разбираются нераскрытые дела (*тру-крайм – конспирологические версии различных нераскрытых дел*); юмористический контент, профили друзей, короткие видео, рецепты; мультфильмы, кино, рисунки видеоблогеров, обзоры на товары и фильмы;

– *читают в сети:*

новости, сообщения от друзей, новости по учебе, некоторые классические произведения, домашние задания, посты в телеграмме, книги, небольшие статьи на интересные мне темы, информацию из которых я могу применить в реальной жизни, новинки в мире кино/музыки, интересные факты из разных областей знаний; информацию о навыках и хобби, которым можно легко обучиться, сообщения, новости, переписки, электронные книги, переписки с друзьями и сокурсниками, близкими и знакомыми, контент связанный с учебой (обучающие материалы), новости в стране, регионе и мире, развлекательный контент, интересную информацию по разным темам; статьи и истории жизни людей, литературные произведения; новости в сфере музыки, новости в мире;

– *пишут в сети:*

заметки, сообщения для общения с друзьями и близкими, комментарии; фанфики (*от сл. «фанфикин» – фанатское чтиво, литературное произведение-продолжение, предистория, ответвление какого-либо известного произведения, но происходящего в рамках его «вселенной» создается обычно любителем, фанатом или группой фанатов и распространяется в их среде*); планы на день, на жизнь вообще; стихи, размышления о своей жизни в блоге (интернет-дневнике); суждения о новостях; причинах и проблемах урегулирования конфликтов; комментарии под смешными видео; личный опыт; ответы на сообщения в соцсетях; стихи и мысли, а также рефлексию на важные события, интересную информацию; посты (*текст, изображения, видео или гиперссылки*), блог в телеграмм (*интернет-блог, в котором автор передаёт информацию через видеоконтент*);

– с использованием смартфона *фотографируют*: себя, близких и друзей в особые моменты жизни (*чтобы запечатлеть яркие моменты жизни*), своих детей, красивую архитектуру, природу (закаты и рассветы), домашних животных (кошку или собаку); информацию по учебе (работе); красивые картинки, свое творчество (рисунки, хореографию); выступление артистов.

Как видим, ответы отражают в сознании студентов содержание интересов и ценностей, личностные смыслы, являющихся социальными эффектами сетевого взаимодействия. Среди них: общение, друзья, семья, домашние животные, новости, переписки, фанфики, посты, блоги, конспирологические версии, подкасты, профили друзей, короткие видео, мультфильмы, кино, рисунки видеоблогеров, обзоры на товары и фильмы, рецепты; презентации самого себя (presentation self), яркие моменты жизни.

Заключение

План и вопросы непосредственной беседы формализованного интервью раскрывают содержание интересов и ценностей людей как социальных эффектов сетевого взаимодействия пользователей смартфонов в современном информационно-сетевом обществе. Методика интервью может быть полезна педагогам, психологам, социологам, учёным-исследователям маркетинга и рекламы, разрабатывающим методы оценки социальных эффектов сетевого взаимодействия молодёжи, приёмы передачи новостей о событиях в современном информационно-сетевом обществе.

Перспективным направлением исследования авторов в ближайшее время станет изучение интересов и ценностей коммуникаций людей в виртуально-сетевых мирах, мирах дополненной виртуально-сетевой реальности, основанных на системах искусственного интеллекта и облачных энейро-сетевых технологий.

Список литературы

1. Дятлов С.А. Цифровая нейро-сетевая экономика: институты и технологии развития: монография / С.А. Дятлов, О.С. Лобанов, Д.А. Гильманов. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018. – С. 203–213. – EDN XXGZNМ
2. Гудова М.Ю. Концепция постграмотности как теоретико-методологическое основание понимания чтения / М.Ю. Гудова // Чтение на Евразийском перекрёстке: материалы Пятого Международного интеллектуального форума (Челябинск, 24–25 окт. 2019 г.). – Челябинск. ЧГИК, 2019. – С. 22–39. – EDN DDECTL

3. Аскарова В.Я. Чтение: динамика профессиональных представлений в зеркале форума (к 10-летию Международного интеллектуального форума «Чтение на Евразийском перекрёстке») / В.Я. Аскарова // Вестник культуры и искусств. – 2019. – №4 (60). – С. 19–39. EDN UERKTK
4. Хьюз Х.М. Новость и интересная история / Х.М. Хьюз // Чикагская социология: сб. переводов / РАН, ИНИОН. Центр социал. науч.- информ. исслед. Отд. социологии и социал. психологии; сост. и пер. Николаев В.Г.; отв. ред. Ефременко Д.В. – М., 2015. – С. 401–429.
5. Ритцер Дж. Современные социологические теории / Дж. Ритцер. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2002. – С. 521–561.
6. Штомка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник / П. Штомка; пер. с пол. Н.В. Морозовой. – 2-е изд. – М.: Логос, 2010. – 168 с.